



Inmigración y “glocalización” de la alimentación

■ ALICIA LANGREO NAVARRO

Doctora Ingeniero Agrónomo. Directora de Saborá, Estrategias Agroalimentarias

La “glocalización” es el resultado de la combinación de los términos “globalización” y “localización”, algo así como los efectos de dos tendencias opuestas que se interaccionan y dan lugar a una situación compleja y cambiante, con multitud de segmentos diferenciales y, por lo tanto, oportunidades. Eso es lo que sucede en la alimentación mundial, debido a la mezcla continua de procesos de globalización que conviven con mecanismos de valorización de los productos locales que cada vez tienen más importancia. El rápido crecimiento de la inmigración en España está introduciendo cambios en la alimentación relacionados con los procesos mencionados y está favoreciendo la fusión de nuestra cultura gastronómica con las de los países de origen de los inmigrantes.

Una de las características de la situación mundial en la actualidad es la globalización, término que afecta a todos los ámbitos de la economía y a buena parte del conjunto de la actividad humana. La globalización del sistema productivo y del comercio ha permitido, sin duda, un crecimiento espectacular de la economía y un

incremento, desconocido hasta la fecha, de la dimensión de las empresas, dando lugar a la existencia de modelos productivos de ámbito mundial. Esta globalización económica, que se ha realizado sin la existencia de un poder político de ámbito similar capaz de introducir correcciones imprescindibles, ha cambiado el mundo en poco tiempo y ha generado uno de los mayores movimientos de rechazo a nivel también mundial, movimiento que engloba a colectivos muy diversos y sin estrategia común. En este marco, la expansión de las nuevas tecnologías, concretamente de Internet, ha colaborado de forma definitiva a la globalización también de la información, poniendo las bases para la globalización del conocimiento –aunque eso es más complicado–, más allá de las fronteras nacionales, lo que ya ha abierto una nueva era, la del “conocimiento” como elemento fundamental de la organización de la economía y de la competitividad de los países, pero también abriendo un nuevo marco de comunicación y colaboración entre las gentes del mundo que trasciende a todos los ámbitos.

Este proceso de globalización de la

economía y del conocimiento está acompañado, también, por la existencia de grandes migraciones debidas, sobre todo, a motivos económicos, bélicos, religiosos y, en menor medida, políticos. En el ámbito del que se ocupa este artículo, la globalización de la alimentación, a las migraciones hay que sumar un turismo masivo que alcanza a casi todos los rincones del mundo.

Pero, ¿a qué podemos llamar “globalización” en alimentación? En principio a una serie de procesos, en buena medida vinculados, que tienden a dar una dimensión global a la alimentación, lo que incluye la producción y el consumo. La globalización se refiere, por ejemplo, al enorme y creciente tráfico de mercancías, tanto materias primas como alimentos listos para el consumo que, a su vez, ha sido posible por la liberalización de los intercambios, el incremento de la productividad en determinadas áreas, la mejora de los transportes y, en general, de la logística y el desarrollo de las redes de comunicación.

Este tráfico también favorece y, a la vez, se ve favorecido por la existencia de grandes empresas o grupos empresaria-

les operativos en varios países entre los que pueden dividir su actividad: producción primaria, primera transformación, segunda transformación y venta final, dando así una dimensión mundial a los procesos productivos. Esta dimensión puede alcanzarse mediante multitud de fórmulas más flexibles, menos exigentes en capital y que permiten una mejor gestión de los riesgos: producción a través de filiales o empresas participadas en los distintos países, acuerdos de suministro con protocolos de producción, producción por encargo incluso con cláusulas de exclusividad, etc., o, simplemente, por la nueva dimensión global de los mercados de materias primas.

En una dinámica de este tipo, las empresas nacionales, que no dan el salto al ámbito mundial, ven retroceder su terreno de juego y difícilmente compiten en las mismas condiciones. Es decir, mientras las firmas de ámbito mundial aprovechan las ventajas de cada área productiva (tierra fértil disponible en Brasil o Argentina, mano de obra barata en China y otros países del extremo oriente, etc.), las empresas localizadas deben asumir todos los condicionantes de cada territorio. Dentro del sistema alimentario, en este proceso son las empresas ligadas a la fase de la producción agraria, o las más cercanas a ella, las más vulnerables.

La globalización de la producción alimentaria se refiere también a multitud de procesos que se generalizan en todas las regiones del mundo, bien de la mano de una única empresa o grupo empresarial o mediante diversos tipos de acuerdos, o incluso por la generalización del uso de determinadas tecnologías. Hay que tener en cuenta, como elemento muy importante en este proceso, la concentración mundial de una parte considerable de las empresas suministradoras de tecnología y de sectores como la química.

UN CONSUMO CADA VEZ MÁS GLOBAL

De cara al consumo, existen algunas cuestiones que han favorecido enormemente la tendencia a la globalización de



la alimentación. En primer lugar, hay que citar la disponibilidad de un conjunto muy amplio de materias primas, al menos en los países desarrollados, lo que ha hecho posible su introducción en la dieta. Junto a este hecho hay que citar la homogeneización y presencia, incluso acompañados de agresivas campañas de publicidad y estrategias de marketing, de un conjunto de “nuevos alimentos”, en los que se incluyen desde los refrescos a diversos tipos de snacks, derivados lácteos, cereales o cualquier tipo de alimento no tradicional. Este fenómeno va acompañado de la presencia de las principales marcas de alimentación en un gran número de países. Gran parte de estos “nuevos alimentos” fueron pioneros en la incorporación de servicios a los productos alimentarios, creando bienes de consumo más adaptados a las necesidades de la sociedad moderna.

Existe otro elemento, relativamente nuevo, que ha dado un fuerte impulso a la globalización de alimentación: la gran distribución, que ya cuenta con empresas gigantescas, con presencia en varios países e incluso continentes, con una actuación directa sobre el mercado internacional y una creciente centralización de sus decisiones de compra y presentación al público. Estas firmas son, en última instancia, las que deciden poner un producto

u otro en el lineal, facilitando la llegada al público de los “nuevos alimentos”.

La globalización del consumo de los productos alimenticios es posible debido a que existe una buena disposición de los ciudadanos a incorporar tanto los productos tradicionales en otras áreas como los “nuevos alimentos”. Esta buena disposición, que no es exclusiva de nuestra época, está relacionada con el incremento de las interconexiones en el mundo, los mensajes de los medios audiovisuales y la gran curiosidad que ha animado, desde siempre, el paso de la humanidad por el mundo. Por supuesto, la sociedad está muy segmentada ante los “nuevos alimentos” y la introducción de especialidades de otros países y las respuestas de cada grupo es diferente. Es la existencia de esta oportunidad de negocio la que ha provocado la respuesta de la gran distribución y su apertura a los nuevos productos.

LA INFLUENCIA DE LAS MIGRACIONES

Una mención especial dentro del proceso de globalización de la alimentación la merecen los flujos migratorios, ellos han sido en etapas históricas concretas los responsables de la llegada de nuevos alimentos a los países de acogida. Quizás, entre los casos más paradigmáticos se encuentre la extensión de la comida china e italiana, posiblemente las más internacionalizadas, que se han extendido por el mundo siguiendo el rastro de los emigrantes de esos países: primero se limitaron a las bolsas de inmigrantes, pero luego se extendieron al conjunto de la sociedad. Los grandes flujos de inmigrantes son determinantes en el establecimiento de algunos flujos de materias primas, caso por ejemplo del aceite de oliva en Estados Unidos, y de la expansión de culturas gastronómicas, tanto a través de las comidas realizadas en los hogares como de restaurantes y tiendas de comestibles específicas, cuyo uso se acaba extendiendo a toda la población.

Este proceso de globalización, común a todos los sectores de la economía, se ha



encontrado con trabas en el sector de la alimentación derivadas de la protección a la agricultura de los países más desarrollados, de restricciones técnico-sanitarias o, más recientemente, relacionadas con los criterios de seguridad alimentaria, etc., todas ellas tendentes a limitar el tráfico de mercancías. Existe, además, un hecho de máxima importancia que permite a las producciones de los países más desarrollados mantener algunas ventajas: su grado de organización, cuestión que se deja notar en todos los aspectos de la producción y comercialización.

Por ejemplo, en los países desarrollados, cuando las producciones se han desarrollado históricamente en un área concreta, con frecuencia se ha dado lugar a la formación de distritos industriales, cuya eficacia y eficiencia son muy superiores a la suma de la correspondiente a las empresas individuales.

También se han creado entidades de carácter corporativo, algunas muy eficaces, cuyo fin es defender las producciones locales y extenderlas a otros países, jugando a “globalizar” las producciones locales. Asimismo, el alto grado de incorporación de tecnología y la capacidad de responder a los gustos locales y de transmitir las especialidades gastronómicas a mercados más amplios son haberes muy importantes de las producciones locales de los países desarrollados frente a la fuerza de la producción de ámbito mundial.

CULTURA LOCAL, CULTURA GLOBAL

La globalización de la alimentación se enfrenta a otro hecho muy importante. La fuerza de las culturas gastronómicas locales, que están enraizadas con la identidad de los pueblos. Los efectos sobre los distintos tipos de alimentos de estas tradiciones son distintos: en general afectan menos a los componentes básicos de la dieta, por ejemplo el tipo de grasa utilizada, que condiciona los sabores, o los hidratos de carbono básicos (trigo, arroz, yuca, etc.); mientras penetran más fácilmente en “los contornos” de la alimentación: bebidas, aperitivos, ensaladas,



acompañamientos, desayunos, etc. Por otro lado, la sociedad se encuentra muy segmentada ante la opción de mantener la cultura gastronómica propia frente a apostar por los nuevos alimentos, así el comportamiento de los jóvenes, los adolescentes, las familias con mujeres que no trabajan fuera del hogar frente a las incorporadas al mundo del trabajo extradoméstico, los segmentos de más edad, los estratos de más o menos niveles de renta, etc., es completamente distinto.

Un elemento importante de la “localización” de la alimentación, que forma parte de la estrategia básica de desarrollo, e incluso supervivencia, de muchas de las producciones tradicionales europeas, es el desarrollo de los alimentos de calidad diferencial y de los tradicionales. Este desarrollo está vinculado a la existencia de segmentos de la población, cada vez más numerosos, capaces de apreciar y pagar esta calidad diferencial y, además, exige un cierto grado de “puesta al día” de la elaboración y comercialización de esos alimentos. Su desarrollo está frecuentemente asociado al auge del turismo rural o de interior (existe por ejemplo turismo gastronómico y enológico) y ha generado canales específicos de comercialización; cabe citar que algunas de las enseñanzas de la gran distribución han entrado en este segmento a través de sus

áreas especializadas en “productos de la tierra”, “espacios gourmets”, etc.

EFFECTOS DE LA INMIGRACIÓN EN LA CADENA DE ALIMENTACIÓN EN ESPAÑA

El fenómeno de la inmigración, relativamente nuevo en España, ha alcanzado un nivel suficientemente alto como para que sus efectos en la alimentación, en el consumo, en la distribución y, en general, en aspectos básicos de la cadena alimentaria, se dejé sentir. El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha publicado un interesante libro: *Hábitos alimentarios de los inmigrantes en España*, ampliamente comentado en este número de *Distribución y Consumo*, en el que, tras una breve visión del fenómeno, se analizan los cambios experimentados en sus hábitos alimentarios, su acercamiento a la cultura gastronómica española, la simbiosis con sus hábitos originarios, los efectos de la estructura familiar y las formas de aproximarse a la distribución; este trabajo es una magnífica herramienta para empezar a situar los efectos de este fenómeno que, evidentemente, va a más.

Este trabajo es el mejor análisis de un segmento del consumo realizado por el MAPA y pone de manifiesto la importancia concedida a la inmigración en este campo, lástima que no dispongamos de más trabajos sobre el comportamiento de los distintos segmentos del consumo (jóvenes, adolescentes, tercera edad, etc.).

Pero empecemos por el principio. En primer lugar la inmigración aporta una mano de obra fundamental a la cadena de producción de alimentos; en el sector agrario, su presencia es imprescindible en la gestión de las campañas de recolección manual, pero crece también entre los trabajadores fijos, al igual que entre los trabajadores de los centros de manipulación de frutas y hortalizas, y en menor medida en otras industrias, en el transporte, los mercados en origen y centrales o el comercio minorista. Indudablemente estos son aspectos importantes de la globalización de nuestro sistema alimentario, que hay que considerar junto al



incremento de los flujos de mercancías con países de la UE y terceros, la presencia de empresas de otros países, la deslocalización de la industria española o la utilización de tecnologías comunes y la producción de gamas comunes.

Esta presencia de inmigrantes en el sistema alimentario español está colaborando en el cambio de la demografía en gran parte del territorio, y está permitiendo que nuevos hábitos alimenticios lleguen también al medio rural, mucho más rápidamente que en otros momentos históricos. A pesar de que los problemas de despoblamiento y envejecimiento del mundo rural son muy graves, la presencia de inmigrantes en las pequeñas localidades está dinamizando una población que llevaba décadas en declive.

Aunque algunas gamas de productos exóticos habían llegado antes, sobre todo a reductos restringidos del mercado, la presencia de inmigrantes en España y su dispersión geográfica por las áreas rurales han acelerado la distribución por todo el territorio y han potenciado los cambios de hábitos alimenticios en la población española, que esta vez también está alcanzando a los pequeños núcleos.

En este fenómeno tiene mucho que ver la gran distribución, muy sensible a los nuevos nichos de negocio. Por ejemplo, ya existen secciones especializadas en carnes para musulmanes en varias enseñas y la presencia de frutas y hortalizas exóticas o de nuevas preparaciones es muy importante. En este ámbito, la expansión de la gran distribución (o la distribución organizada) a los núcleos rurales con formatos de tienda más pequeña ha facilitado que los nuevos productos vinculados a los hábitos alimenticios de los inmigrantes llegue también al medio rural.

El comportamiento de la inmigración a la hora de adquirir alimentos está, además, muy condicionada por su capacidad adquisitiva y la valoración que en cada país de origen se concede a la alimentación. De todos modos, se aprecia una tendencia a suministrarse en enseñas de bajo precio.

Un hecho muy interesante es la exis-



tencia de comercios especializados en productos originarios y tradicionales de unos u otros países. Su existencia se encuentra en aquellos lugares donde hay un volumen suficiente de inmigrantes que permitan la viabilidad del comercio, pero indudablemente están dando lugar a un nuevo tipo de minorista de la distribución, en el que, aunque aún es escasa la presencia de clientes españoles, a medio plazo se acabarán integrando, al menos en cierta medida, en la oferta general española. Por el momento tienen el inconveniente de que, con frecuencia, resultan caras.

La expansión de una restauración tradicional de los países de origen de los inmigrantes, que está teniendo un auténtico “boom” tanto en segmentos de comida barata como entre los más sofisticados y selectos, es otro instrumento eficaz en la expansión de alimentos de otras áreas geográficas. A estos restaurantes acuden, además de los oriundos del país en cuestión, cada vez más ciudadanos, de manera que se están convirtiendo en una forma de dar a conocer las diferentes culturas gastronómicas. Por otro lado, la restauración española, incluidas las empresas de catering y la restauración colectiva, cada vez tiene más en cuenta este fenómeno e introduce en sus ofertas especialidades exógenas.

Es interesante remarcar que la expansión tanto de tiendas como de restaurantes especializados en otras culturas gastronómicas está siendo rápida y se ha convertido en una forma de asentamiento de la población inmigrante en España a través de la creación de empresas por inmigrantes.

Por otro lado, como bien describe el estudio mencionado, la población inmigrante está introduciendo en su alimentación productos y platos españoles con rapidez.

Una cuestión particularmente interesante en este punto es la presencia de inmigrantes en el servicio doméstico, que cada vez introducen más elementos de sus culturas gastronómicas en el consumo de los hogares, a la vez que aprenden las claves de la gastronomía española. Algo parecido puede afirmarse de los matrimonios mixtos, en los que acaban conviviendo y fusionándose las dos culturas gastronómicas.

Todo esto está dando lugar a una “fusión” de las culturas gastronómicas del país anfitrión, España, y los múltiples países de origen de los inmigrantes. Este fenómeno, reconocido como un hecho altamente positivo por la alta gastronomía, es una de las expresiones más afortunadas de la “glocalización” de la alimentación, como mecanismo que globaliza especialidades locales.

Otra cuestión completamente distinta, pero de gran interés en cuanto a los cambios en el consumo, es la presencia estable en España de bolsas de ciudadanos de otros países de la UE, generalmente bastante concentrados geográficamente, que también están influyendo en la “europeización” de la alimentación española. De todos modos, los procesos de homogeneización y de localización en los países de la UE responden a otras pautas, que se escapan a esta pequeña reflexión, pero que también están introduciendo cambios muy importantes en la alimentación española. ■

ALICIA LANGREO NAVARRO

Doctora Ingeniero Agrónomo. Directora de Saborá, Estrategias Agroalimentarias